

Estrategia de internacionalización de la panela pulverizada proveniente del municipio
de Villeta Cundinamarca hacia el mercado coreano

Ingrith Yissela Enciso Bermúdez

Profesional en Negocios Internacionales

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá

Negocios Internacionales 9 Grupo 2

Bogotá

2018

Estrategia de internacionalización de la panela pulverizada proveniente del municipio
de Villeta Cundinamarca hacia el mercado coreano

Ingrith Yissela Enciso Bermúdez

Diego Gustavo Neira Bermúdez

Director programa Negocios Internacionales Uniempresarial

Profesional en Negocios Internacionales

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá

Negocios Internacionales 9 Grupo 2

Bogotá

2018

Tabla de contenido

Lista de tablas:	4
Lista de gráficas:	4
Lista de ilustraciones:.....	4
Lista de anexos:	4
1. Resumen	5
2. Introducción.....	5
2.1 Objetivo general	6
2.2 Objetivos específicos	6
3. Metodología de la investigación	7
4. Marco teórico.....	9
5. Contexto	11
5.1 Contexto mundial.....	11
5.2 El mercado coreano	13
6. Oportunidades de negocio	17
7. Características de consumo	19
8. Sector panelero en Colombia	20
9. Proceso de producción.....	24
9.1 Empaque	30
10. Estrategias de internacionalización	30
10.1 Proceso logístico en la exportación	32
11. Conclusiones.....	37
12. Bibliografía.....	38
13. Anexos	42

Lista de tablas:

Tabla 1 Cuadro metodológico	7
Tabla 2 Acuerdos comerciales a diciembre 2017	15

Lista de Gráficas:

Gráfica 1 Estadística de producción de la caña de azúcar 2016.....	11
--------------------------------------------------------------------	----

Lista de ilustraciones:

<i>Ilustración 1</i> Ubicación República de Corea (Corea del Sur).	14
<i>Ilustración 2</i> Principales exportaciones para el año 2016 a Corea del sur.	20
<i>Ilustración 3</i> Sector panelero en Colombia 2017	21
<i>Ilustración 4</i> Distribución de la producción de caña de azúcar por departamentos en Colombia.	22
<i>Ilustración 5</i> Proceso de producción de la panela	24
<i>Ilustración 6</i> Apronte	25
<i>Ilustración 7</i> Extracción.	25
<i>Ilustración 8</i> Pre-limpieza.	26
<i>Ilustración 9</i> Clarificación.	26
<i>Ilustración 10</i> Evaporación y concentración de jugos.....	27
<i>Ilustración 11</i> Concentración de jugos	27
<i>Ilustración 12</i> Punteo.....	28
<i>Ilustración 13</i> Batido.....	29
<i>Ilustración 14</i> perfil de la mercancía.....	32
<i>Ilustración 15</i> Documentos requeridos para la exportación DIAN	33
<i>Ilustración 16</i> Diagrama de flujo del procedimiento aduanero de importación K.S	34
<i>Ilustración 17</i> Ruta marítima de Buenaventura a Pusan K.S	35
<i>Ilustración 18</i> Incoterms	35

Lista de Anexos:

Anexo 1: Declaración de Importación Corea del Sur	42
---------------------------------------------------------	----

1. RESUMEN

Este documento propone la exportación de la panela pulverizada orgánica proveniente del municipio Villeta Cundinamarca hacia el mercado coreano, por medio de la implementación de estrategias de internacionalización.

Además, se analizan los procesos de producción, oportunidades de negocio, características de consumo y logística a tener en cuenta para el producto nacional de exportación.

This document proposes the organic powered panela exportation from Villeta-Cundinamarca town to Korean market through the implementation of international strategies.

Furthermore, production process, business opportunity, use and logistic characteristics are considered to national product exportation.

2. INTRODUCCIÓN

En los últimos años Colombia ha sido considerada uno de los 5 países productores de panela más importantes a nivel mundial. El territorio nacional cuenta con extensos territorios adaptados a su cultivo y producción, como lo es el municipio de Villeta, ubicado en la provincia del Gualivá al noroccidente del departamento de Cundinamarca. Sin embargo, a pesar del potencial productivo que se tiene, la panela no es uno de los principales productos de exportación que ofrezca la región, ya que sustitutos como el azúcar han tenido una mayor adaptación de precios a nivel internacional, afectando la comercialización del producto artesanal.

Entes gubernamentales como el MADR¹ y/o las alcaldías municipales han dejado de motivar e incentivar el desarrollo de estos bienes agroindustriales,

¹ Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), es el Ministerio encargado de formular las políticas para el desarrollo del sector agropecuario, pesquero y de desarrollo rural, orientando y dirigiendo la formulación de los

generando que la oferta y la demanda se realicen en el entorno doméstico para evitar competir con otros precios del mercado internacional que se presentan más bajos en comparación a los propuestos por el territorio nacional. A partir de esto, el sector tampoco recibe programas de capacitación en procesos y estrategias de internacionalización, de buenas prácticas agrícolas y/o demás programas que estimulen el crecimiento del mismo.

En consecuencia, el panelero villetano quiere fortalecer el sector por medio de estrategias de comercialización internacional, con el fin de generar un mayor crecimiento y desarrollo económico en la región.

Desde otro punto de vista, el mercado coreano tiene un alto índice en el consumo de azúcares, alimento que según Procolombia2015 están buscando sustituir por productos más sanos y nutritivos como la panela en sus diversas presentaciones. Además, es importante considerar, que debido al bajo índice de zonas cultivables de productos agrícolas en el país oriental, no están en la capacidad de suplir las necesidades de todos sus habitantes, por lo cual acuden a una cultura importadora de bienes del sector primario y/o con pocos niveles de industrialización.

¿Cuál es la estrategia de internacionalización de la panela pulverizada proveniente del municipio de Villeta Cundinamarca hacia el mercado coreano?

2.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar las estrategias de internacionalización de la panela pulverizada proveniente del municipio de Villeta Cundinamarca hacia el mercado coreano.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar las oportunidades de negocio para la exportación de panela pulverizada hacia los mercados asiáticos.

Analizar las principales características de consumo de la panela pulverizada en el mercado coreano.

Desarrollar estrategias que permitan la exportación de panela pulverizada de Villeta-Cundinamarca hacia el mercado coreano.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo se desarrollará bajo los parámetros de la investigación cualitativa determinada por el Dr. Roberto Hernández Sampieri en su libro titulado Metodología de la Investigación. Donde se busca entender y comprender un fenómeno social que resulta ser complejo, por medio de la recopilación y análisis de datos secundarios (SAMPIERI, 2010) con el fin de identificar las estrategias de internacionalización de la panela pulverizada proveniente del municipio de Villeta Cundinamarca hacia el mercado coreano.

Tabla 1 Cuadro metodológico

OBJETIVO	ACTIVIDADES	HERRAMIENTAS	RESULTADOS
1. Identificar las oportunidades de negocio para la exportación de panela pulverizada hacia los mercados asiáticos.	1. Recolección y análisis de datos secundarios en diversas bases de información.	1. Bases de datos PROCOLOMBIA, FEDEPANELA, LEGISCOMEX. COLOMBIATRADE. 2. Periódicos internacionales como: BBC MUNDO, EL	1. Graficas del crecimiento en las exportaciones de productos agroindustriales con destino Asia. 2. TLC Colombia-Corea del Sur. 3. Beneficios

		MUNDO, DINERO.	tributarios.
2. Analizar las principales características de consumo de la panela pulverizada en el mercado coreano.	1. Recolección y análisis de datos secundarios.	1. Informes de periódicos, artículos de revistas y páginas informativas como KOREA.net, con el fin de conocer los principales hábitos alimenticios frente a la ingesta de azúcares en el mercado coreano.	1. Segmentos de mercado según intereses, gustos, necesidades y/o políticas de consumo de alimentos agroindustriales y de endulzantes.
3.Desarrollar las estrategias que permitan la exportación de panela pulverizada de Villeta-Cundinamarca hacia el mercado coreano	1. Recolección y análisis de datos secundarios. 2. Estudio de casos.	1. Por medio de páginas web indagar las principales estrategias de exportación para productos agroindustriales Colombianos. 2. Realizar el estudio de caso de empresas paneleras que tengan o hayan tenido la posibilidad de exportar a otros mercados	1. Estrategias de exportación de productos agroindustriales, beneficios tributarios, estándares de calidad y de exportación. 2. Análisis cronológico de los procesos realizados por otras empresas para la exportación de panela. 3. Procesos

		internacionales. 3. Por medio de la técnica de observación identificar como son los procesos productivos de la panela pulverizada para su exportación.	adecuados y sostenibles para exportación de panela pulverizada según las necesidades e intereses del mercado coreano.
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia

4. MARCO TEÓRICO

La necesidad de fortalecer el musculo financiero de una empresa, contribuye a que se generen procesos de internacionalización, el cual busca tener acceso a nuevos mercados ajenos a los ya conquistados. Rodríguez (2013), en su trabajo “la internacionalización de las empresas en los mercados globales”, sugiere que la internacionalización debe ser un “proceso lento, gradual y secuencial”, donde se adquiera experiencia para poder incursionar en otros mercados de enfoque extranjero, además propone que se debe enfocar en aquellos mercados con similitudes políticas, culturales u psicológicas.

Por lo cual, llegar a otros mercados, debe contemplar estrategias básicas de internacionalización, dependiendo del riesgo y el nivel de compromiso que desea tener.

A partir de esto, se propone la internacionalización con modelo Uppsala; el cual es estudiado por lo teóricos como un proceso gradual, Johanson & Wiedersheim (1975). Donde, a medida que la empresa ya localizada en el mercado internacional

adquiere experiencia, mayor deberá ser su compromiso. Este modelo según Johanson & Wiedersheim (1975), se define por medio de cuatro etapas: “1 Actividades esporádicas o no regulares de exportación; 2 Exportaciones a través de representantes independientes; 3 Establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero; 4 Establecimiento de unidades productivas en el país extranjero” (Andrea, Fernando, Alexander, & Gisele, 2016).

Este modelo de internacionalización le permite a las empresas ir conociendo gradualmente el mercado al cual están incursionando, para así evitar grandes riesgos económicos, buscando llegar a un mercado que cuente con similitudes Psicológicas.

Otra de las estrategias de internacionalización, es el modelo Joint-Ventures, el cual se desarrolla a partir de procesos acelerados. Según Oviatt y McDougall (2005), la globalización y otros factores de competitividad alientan a que no siempre las empresas se internacionalicen de forma gradual, sino que gracias a las alianzas estratégicas puedan llegar y consolidarse en un nuevo mercado, es un proceso de internacionalización inmediato. Estas empresas buscan satisfacer nichos de mercado, desarrollando ventajas competitivas Oviatt y McDougall (2005).

En efecto, son empresas que buscan alianzas para poder consolidarse en grandes mercados internacionales, promoviendo la competitividad; este término se considera como el grado en que un país, Estado, región o empresa produce bienes o servicios, bajo condiciones de libre mercado, enfrentado la competencia de los mercados nacionales o internacionales, mejorando simultáneamente los ingresos reales de sus empleados y consecuentemente la productividad de sus empresas, Porter (2003) (Maria, Andrea, & Claudia, 2014).

De este modo la competitividad le permite a las empresas responder a las necesidades de los consumidores, sin que la competencia afecte sus ingresos y utilidades.

Finalmente, la competitividad de las empresas, es el factor más importante para el desarrollo y crecimiento económico en un país, ya que son estas mismas las que

generan el aparato productivo y sostenible del territorio, en otras palabras Krugman (1997) plantea; “Las que compiten no son las naciones, sino las empresas”.

5. CONTEXTO

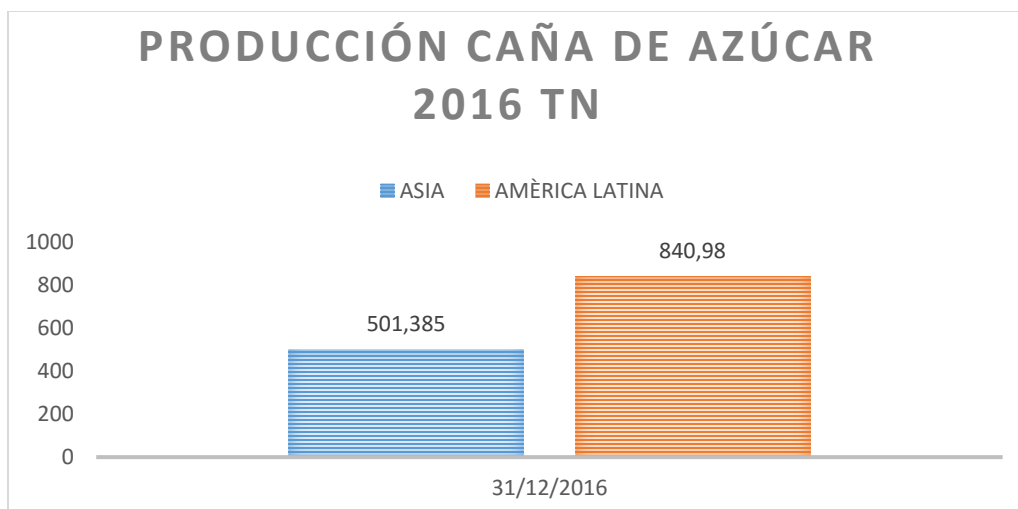
5.1 CONTEXTO MUNDIAL

Entre el 2014/ 2015 la producción de caña de azúcar sumo aproximadamente 175.1 Millón de toneladas (Greenfield, 2018), siendo Brasil (719.157 Tn), India (277.750 Tn), China (111.454 Tn) y Thailandia (68.808 Tn) los principales productores a nivel mundial. Según la FAO¹ cerca de 25 países producen panela en sus diferentes presentaciones.

El mayor comportamiento de producción de caña de azúcar (panela) se desarrolla en la región de América latina y el continente Asiático:

Gráfica 1 Estadística de producción de la caña de azúcar 2016.

¹ FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, es un organismo especializado de la ONU que lidera el esfuerzo para poner fin al hambre y al mismo tiempo garantizar el acceso regular de alimentos suficientes y de buena calidad para llevar una vida sana (FAO, 2015).



Fuente: Elaboración propia, datos suministrados de ISO¹ 2016. Estadística de producción de la caña de azúcar 2016.

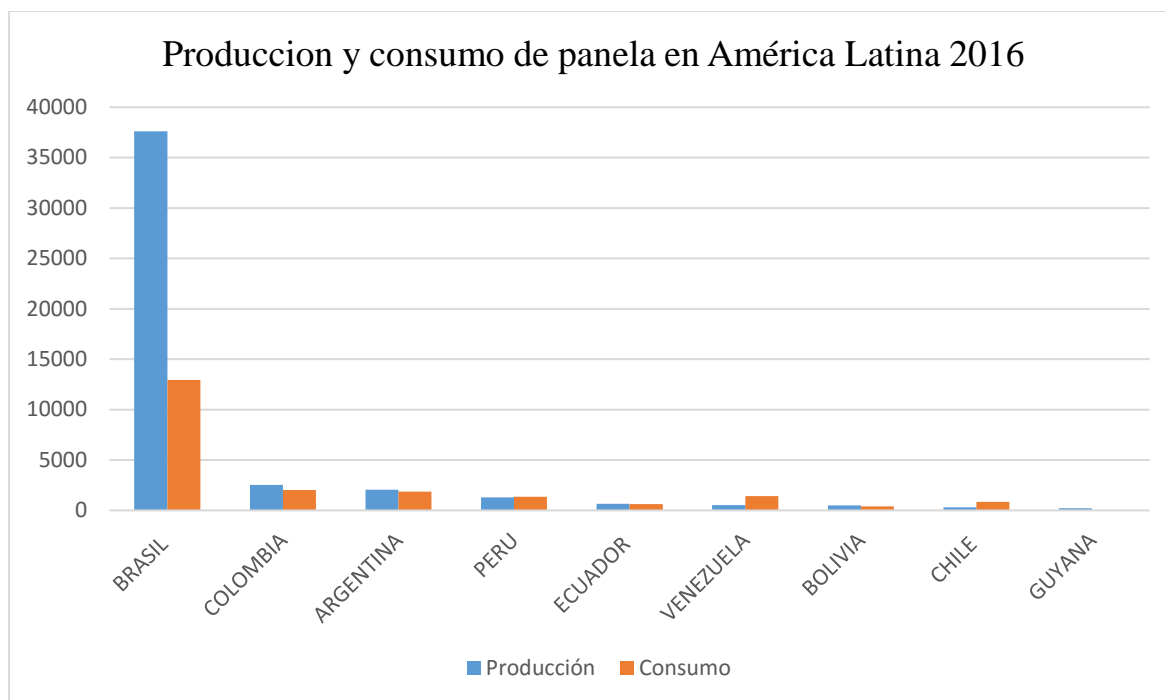
Como se observa en la gráfica 1, los índices de producción en América Latina son más altos en comparación con Asia, sin embargo, las exportaciones y los índices de comercialización del producto se concentran en una sola región, América Latina.

Conforme a un estudio realizado por MSM² la producción y consumo de azúcar de caña en América Latina está liderado por Brasil y Colombia; en la gráfica 2, la primera columna corresponde a la cifra de producción y la segunda columna a los datos de consumo total por país:

Gráfica 2 Producción y Consumo de panela en América Latina 2016.

¹ ISO: International Sugar Organization, es una organización intergubernamental que impulsa el mejoramiento en la producción y comercialización de azúcar a nivel mundial, por medio de análisis, debates, estudios especiales, estadísticas, conferencias, investigaciones y proyectos.

² MSM: Malaysia Holdings Berhard; empresa dedicada a la producción y comercialización de azúcar refinado a nivel internacional (MSM, 2016).



Fuente: Elaboración propia, datos tomados de MSM (MSM, 2016). Producción y Consumo de panela en América Latina 2016.

Colombia es un productor y consumidor importante para la región, como lo describen algunos periódicos e investigaciones; es uno de los sectores más productivos para generar empleo y desarrollo económico en el país.

*“En diciembre de 2017 las industrias que aportaron de forma positiva a la variación del sector manufacturero fueron Coquización, refinación de petróleo y mezcla de combustibles con una variación anual de 7,4%, **Elaboración de azúcar y panela con 22,4%** e Industrias básicas de hierro y acero con 11,5%.”* (DANE, DANE , 2018).

5.2 EL MERCADO COREANO

La República de Corea, cuenta con una población de aproximadamente 51.245.707 habitantes (DATOSMACRO.COM). El cual comprende una superficie de alrededor de 100.210 Km², limitando al norte con la República Popular de Corea, al

este con el mar de Japón, al sur el estrecho de Corea y al oeste el mar amarillo (infolaso.com, 2015),

Ilustración 1 Ubicación República de Corea (Corea del Sur).



Fuente: Pinterest mapa-corea-del-sur 2015. Ubicación República de Corea (Corea del Sur).

Su capital es Seúl y la moneda representativa es el Won surcoreano, para el año 2016 el PIB per cápita fue de 27.535 USD (DATOSMACRO.COM), cuatro veces mayor al de Colombia para el mismo año.

Las exportaciones para el año 2016 se aproximaron a los 495.426 Millones de dólares y las importaciones estuvieron sobre los 406.192 Millones de dólares, generando un superávit en la balanza comercial del 6,32% según (DATOSMACRO.COM). Lo que lo posiciona en uno de los principales países comerciales a nivel mundial.

Su principal socio comercial es la República Popular China con el cual promueve el 26% de sus exportaciones y cerca del 22% de las importaciones según (OEC), otros de sus socios comerciales son Estados Unidos, Hong Kong y Japón.

Según una investigación realizada por el MIFIC¹ de Nicaragua, en septiembre del 2017 los acuerdos comerciales de Corea del sur son:

Tabla 2 ACUERDOS COMERCIALES A DICIEMBRE 2017

ACUERDOS COMERCIALES A DICIEMBRE 2017	
Acuerdo comercial Asia-Pacífico (APTA)	Bangladés, China, India, Laos, Mongolia, Sri Lanka y Corea del Sur.
Cooperación Económica Asia-Pacífico. (APEC)	Asia Pacífico
Perú	Corea del Sur
Chile	Corea del Sur
Singapur	Corea del Sur
Estados Unidos	Corea del Sur
Colombia	Corea del Sur
Unión Europea	Corea del Sur
ASEAN +3	(China- Japón)+ Corea del Sur
India	Corea del Sur
Asociación Europea de Libre Comercio	Corea del Sur
Tratados en negociación: Canadá, México, el Consejo de Cooperación del Golfo (CCG), Australia, Nueva Zelanda, Turquía.	
Acuerdos bajo consideración: Japón, China, China-Japón, Mercosur, Rusia, Israel, Vietnam, Mongolia, Indonesia, América central y Malasia.	

Elaboración propia. *Acuerdos comerciales de Corea del sur.*

¹ MIFIC: Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, es un ministerio de Nicaragua, el cual busca fomentar la industria y el comercio de este país.

El comercio bilateral entre Colombia y Corea del sur para el año 2016 alcanzó los 1.291 Millones de dólares (CANCILLERIA , 2017), ya que para Colombia es de gran importancia el acuerdo comercial bilateral, debido a las oportunidades económicas que se tienen con este destino, como por ejemplo, el alto número de habitantes que posee y que gracias a que su mayor crecimiento económico se debe a los factores de industrialización de tecnologías y telecomunicaciones, tan solo el 18,6% del territorio es cultivable (Agesp, 2017) lo que genera mayores importaciones de productos agrícolas. Por lo tanto, Colombia puede aprovechar su gran producción de recursos naturales y agrónomos para llegar a este mercado.

Teniendo en cuenta que los principales productos exportados de Colombia a Corea del Sur son bienes no minero-energéticos como las hullas, el café, flores, insecticidas y Azúcar de caña, en el año 2016 aumentaron un 75.3% con relación al año anterior 2015.

El acuerdo comercial involucra preferencias arancelarias en los dos países, según la cancillería colombiana, Colombia debe aprovechar la coyuntura comercial para el ámbito agrícola, ya que durante los próximos 10 años no tendrán gravámenes el 72% de los productos de este sector y en 16 años se estima que el porcentaje aumente al 90%. En el ámbito industrial Colombia tienen acceso sin gravámenes al 95% de los productos y luego 5 años a partir de la entrada del acuerdo en vigor (15 Julio de 2021) tendrá el 98,3% de libre acceso a los aranceles (CANCILLERIA , 2017). Es importante resaltar que el intercambio de bienes y servicios se debe acoger a las normas establecidas durante el acuerdo.

Según María Claudia Lacouture, presidenta de Procolombia en el periodo de 2010-2016, Colombia tiene grandes oportunidades de mirar hacia el mercado sur coreano, ya que este país está interesado en aumentar el consumo de productos como café, aceites y panela (Dinero, 2015), además de ello argumenta que “Procolombia encontró que la panela colombiana tiene posibilidades de venta en Corea del sur; los coreanos tienen en sus prioridades disminuir la ingesta de azúcares por lo que sustitutos como la panela tienen oportunidad” (Dinero, 2015).

Dentro de las investigaciones se ha encontrado que el departamento de Cundinamarca puede promover la exportación de productos como azúcares y panela, banano, café, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, flores frescas y otros productos en el mercado sur coreano.

Asimismo, gracias a los beneficios nutricionales que tiene la panela, es un producto que se adapta fácilmente como sustituto del azúcar refinado, ya que este último es pernicioso para la salud de los consumidores. Además la panela pulverizada puede ser utilizada como insumo en las grandes panaderías y pastelerías del país sur coreano. Teniendo en cuenta que solamente en Seúl la capital del país se encuentran ubicadas cerca 332 panaderías y pastelerías con gran reconocimiento e importancia en la región.

La panela pulverizada es un producto netamente orgánico el cual es utilizado para endulzar bebidas frías y/o calientes, todo tipo de postres, dulces e incluso salsas para aderezos en los alimentos, por esta razón se debe la gran acogida de este producto a nivel mundial, teniendo en cuenta que esta presentación no altera los valores nutricionales del producto.

6. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Dada la necesidad de diversificar las exportaciones de panela, Asia es uno de los destinos con gran potencial para este producto. La oportunidad de negocio en Asia está orientada a países como Indonesia, China, Corea del sur, Malasia, Myanmar entre otros, donde se tienen un gran interés en la panela pulverizada orgánica y en cubos (Dinero , 2014)

Los intereses de Asia en la panela de diferentes presentaciones se deben, según María Claudia Lacouture, a que tienen una cultura importadora, un alto nivel adquisitivo y acceso preferencial para este tipo de producto (El País.com.co, 2013).

Las mayores oportunidades comerciales de la panela según datos analizados por FEDEPANELA¹, PROCOLOMBIA² y el MADR se encuentran en China y Corea del sur, ya que la intención de compra de estos destinos se debe a que, la panela cumple con los requisitos necesarios para ser un sustituto del azúcar refinado, además de ello, la población asiática prefiere adquirir productos saludables para su alimentación.

El mercado coreano requiere dentro de sus necesidades un producto capaz de endulzar sin tener riesgos para salud, requieren de un producto que además sea nutritivo y pueda ser de uso versátil.

La panela además de ser de origen natural, involucra procesos totalmente orgánicos que cuiden el medio ambiente y la salud de quienes la elaboran y la consumen. Aporta nutrientes, energía y no tiene efectos nocivos para la salud como el azúcar refinado.

La panela desde nuestros ancestros ha sido utilizada de diferentes maneras, como por ejemplo; para curar deficiencias como la anemia, como mascarilla para el cuidado de la piel y/o como bebida alcohólica luego de varios procesos de fermentación.

De esta manera, la oportunidad de negocio en Corea del sur esta orienta a ofrecer un producto sustituto del azúcar refinado, el cual, brinde calidad, seguridad y tranquilidad a los consumidores.

Es importante tener en cuenta que las importaciones de Asia frente a productos derivados de la caña de azúcar han aumentado significativamente en los últimos años. Para el 2016 importó cerca de \$13.100.744 Millones de dólares con respecto al año anterior que importó \$ 10.433.458 USD (TRADEMAP, 2017).

¹ FEDEPANELA: es una entidad gremial sin ánimo de lucro que representa a los productores de panela en todo el país. Su objetivo principal es promover el mejoramiento del nivel de vida de todos los productores que laboran en el subsector panelero (FEDEPANELA, 2014).

² PROCOLOMBIA: Es una agencia gubernamental de la rama ejecutiva del Gobierno de Colombia a cargo de promover las exportaciones colombianas, el turismo internacional y la inversión extranjera, mediante el asesoramiento a empresas nacionales para apoyar sus actividades de Comercio Internacional (procolombia, 2016).

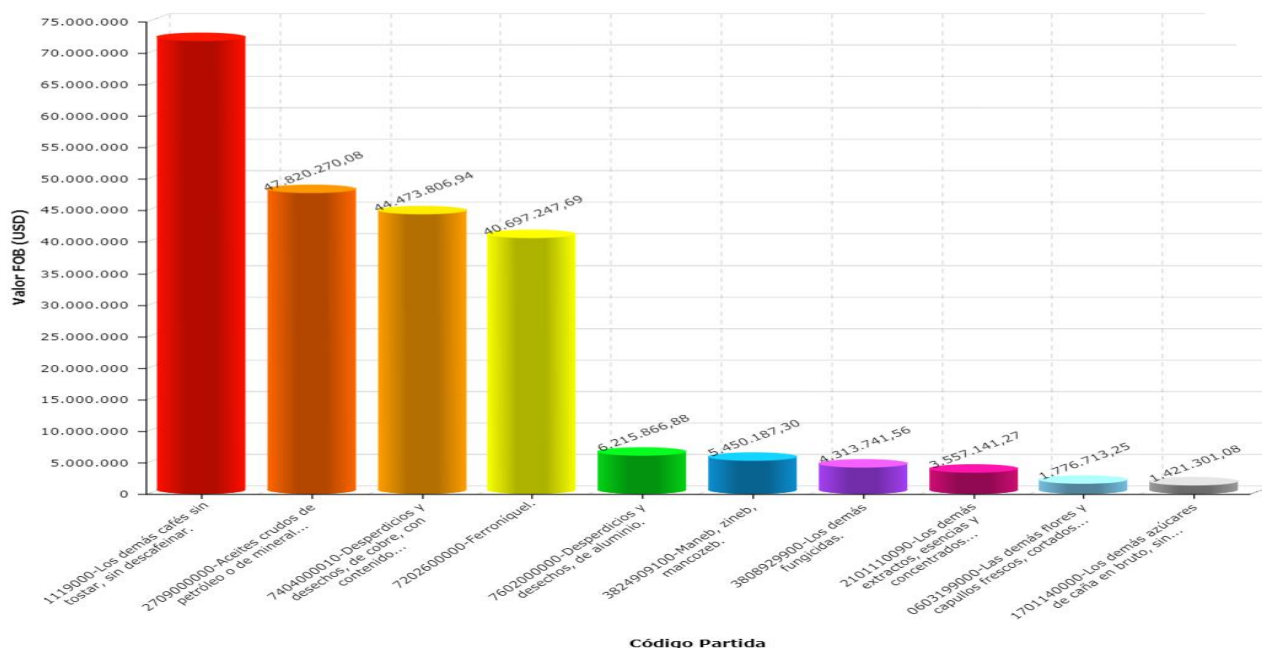
Por lo cual, es importante que el mercado villetano busque las estrategias necesarias para incentivar el mayor crecimiento de las exportaciones de la panela pulverizada en países como Corea del sur, donde se tienen acuerdos comerciales y hay un alto potencial de importación de este producto según Lacouture.

7. CARACTERÍSTICAS DE CONSUMO

La panela pulverizada no solo es de gran interés para las grandes cadenas de panaderías y pastelerías al interior del mercado sur coreano, sino que ahora el mercado ha adaptado una cultura diferente frente al consumo de café, es decir, la panela pulverizada es utilizada como complemento (endulzante) en el consumo de café.

Adicionalmente, las exportaciones de panela colombiana a Corea del sur, han aumentado durante los últimos años, esto se debe gracias a los beneficios de intercambio comercial entre los dos países y a la adaptación de la cultura coreana frente a este tipo de productos. Legiscomex determino que para el año 2016 se exportaron alrededor de 1.421.301,08 millones de dólares, valor FOB. Este avance en las exportaciones de panela le permite a Colombia seguir incursionando en la conquista de este amplió mercado, además de poder verse como la puerta de ingreso al resto del continente asiático. Reconociendo que la panela colombiana maneja altos estándares de calidad para competir en con otros productores potenciales como India.

Ilustración 2 Principales exportaciones para el año 2016 a Corea del sur.



Fuente: (legiscomex, 2017). Principales exportaciones para el año 2016 a Corea del sur.

8. SECTOR PANELERO EN COLOMBIA

El sector panelero en Colombia es, según datos arrojados por el MADR¹ y por el DANE², uno de los más importantes en la producción de agroindustriales. En el año 2014 contó con una producción de alrededor de 1.438.623 Toneladas, comprendidas en 297.031 hectáreas sembradas de caña de azúcar. (MADR, 2016), el cual abarca cerca del 4.8% del territorio nacional.

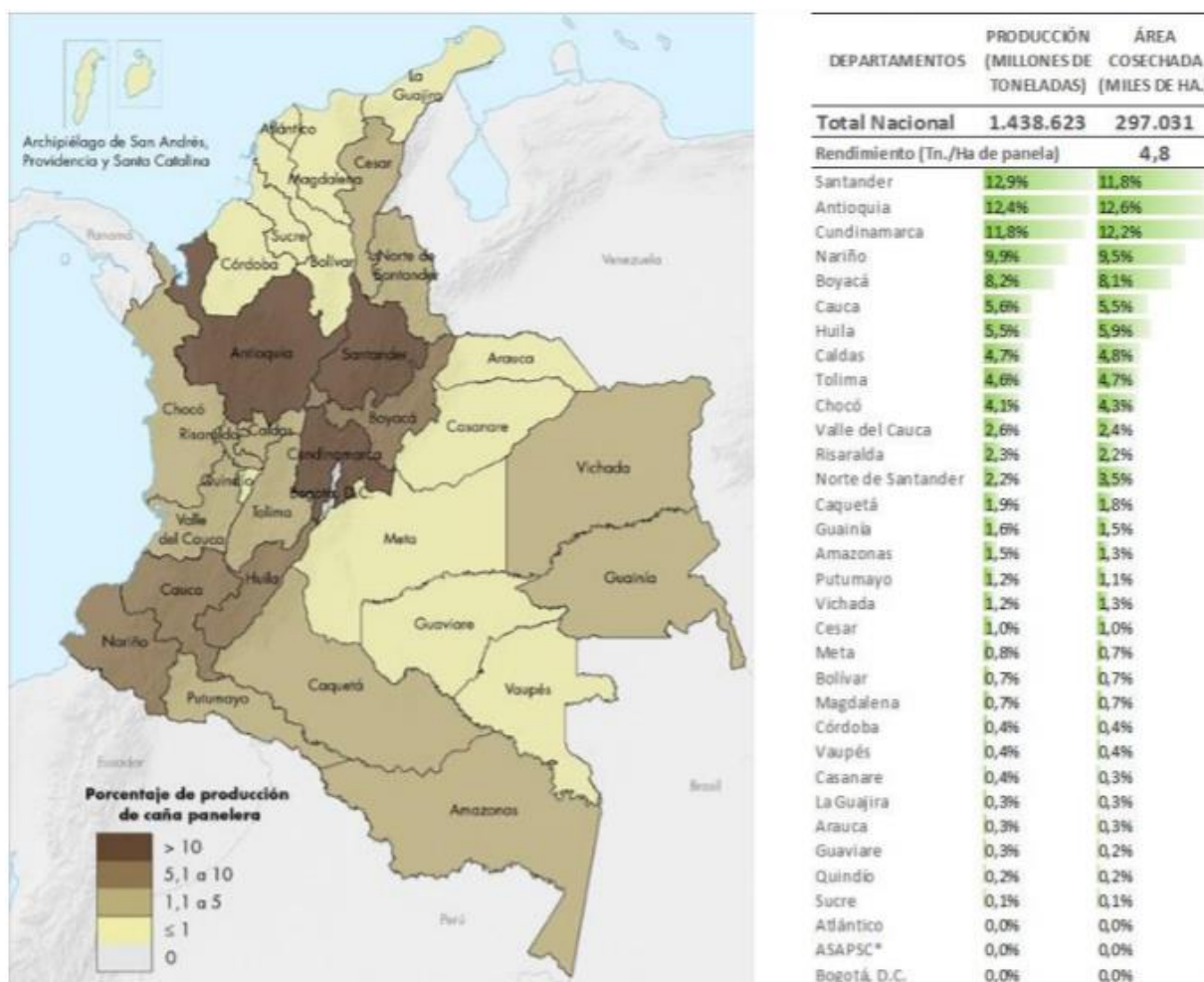
² DANE: Departamento Administrativo Nacional de Estadística; es la entidad nacional colombiana encargada de la producción y difusión de investigaciones y estadísticas en aspectos industriales, económicos, agropecuarios, poblacionales y de calidad de vida, el cual busca generar un impacto sobre la toma de decisiones de este país (DANE, DANE, 2018).

Ilustración 3 Sector panelero en Colombia 2017



Fuente: AGRONEGOCIOS 2017. Sector panelero en Colombia 2017

Ilustración 4 Distribución de la producción de caña de azúcar por departamentos en Colombia.



Fuente: (DANE, 2014). Distribución de la producción de caña de azúcar por departamentos en Colombia.

Como se observa en el gráfico 6, los departamentos con mayor producción de panela a nivel nacional son: Santander, Antioquia y Cundinamarca.

Para el segundo trimestre del año 2017, el sector tuvo un comportamiento positivo en la balanza de exportaciones. Contando con un 94,2% de crecimiento según el boletín técnico arrojado por el DANE.

La producción panelera nacional es considerada por los economistas como una oportunidad para generar empleo, acorde con datos arrojados por FINAGRO¹, el sector emplea directamente 287.000 personas y genera otros 570.000 empleos indirectos en el mercado colombiano. Esto se debe a que Colombia es el principal consumidor de panela a nivel mundial según informe de Fedepanela. De este modo, es importante motivar e incentivar el crecimiento de la producción y comercialización del producto derivado de la caña de azúcar (panela) a nivel internacional.

Las principales exportaciones de panela para el año 2014, se dieron a destinos en todo el mundo como: Estados Unidos, España, Australia, Canadá, Argentina, Reino Unido y Corea del sur. Conforme a estudios realizados por Trademap; los países con mayor interés en la importación de productos agroindustriales derivados de la caña de azúcar son: Estados Unidos, Indonesia, Alemania, China, Reino Unido, Corea del sur; Malasia, Japón y Nigeria (TRADEMAP, 2017).

Estados Unidos es uno de los destinos donde actualmente existe un gran potencial de importación de productos derivados de la caña de azúcar, debido a la cantidad de inmigrantes colombianos y/o latinos en este país, según la OIM² en el año 2010 cerca del 29,3% de las migraciones colombianas se realizaban a este destino. Además de ello, un artículo publicado por la revista Dinero dio a conocer que el mercado de la panela es fuerte en países como Estados Unidos y España por la cantidad de población latina.

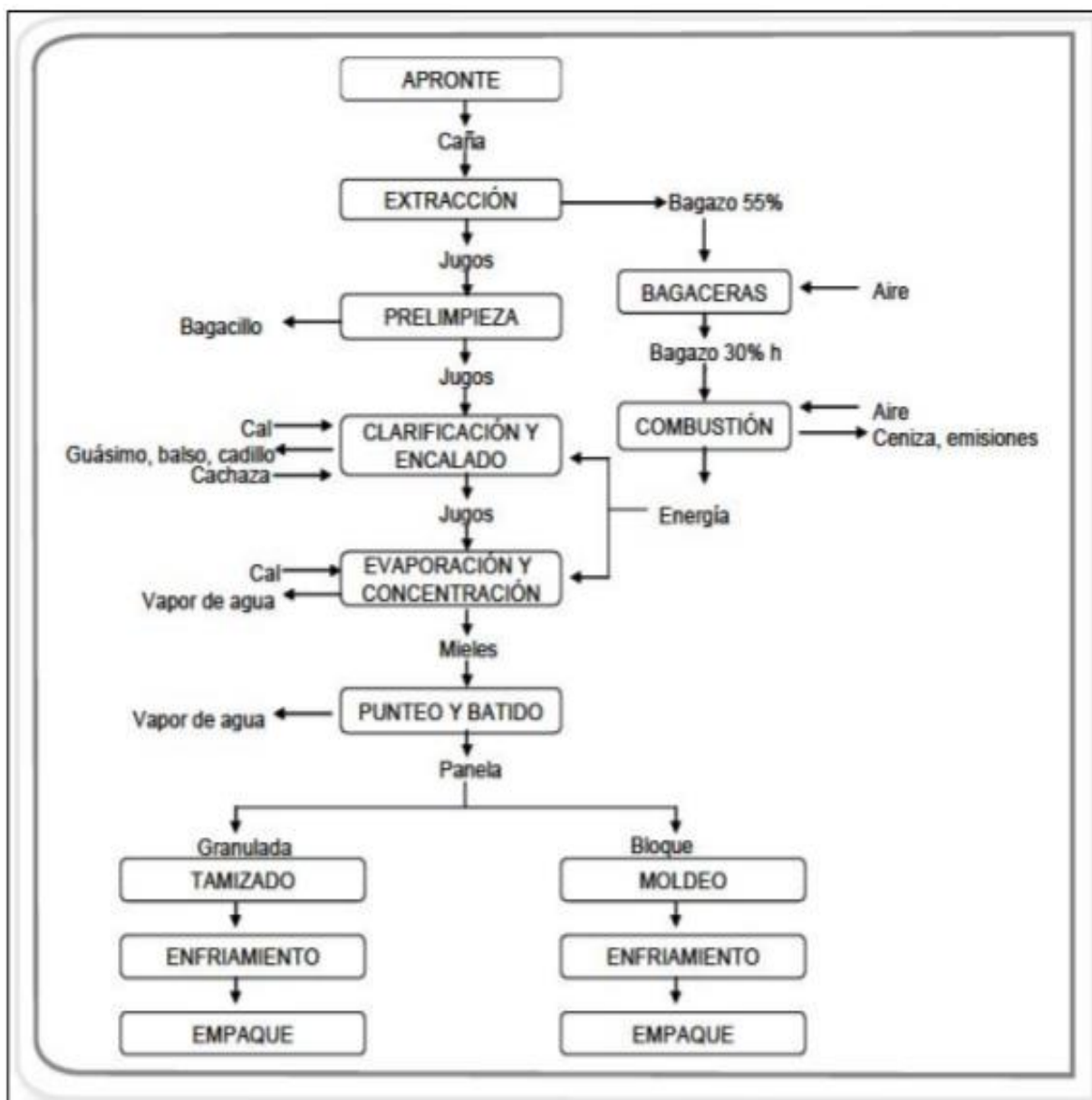
En consecuencia, se considera que la panela es un alimento apetecido y valorado por la población latina.

¹ FINAGRO: Fondo para el Financiamiento de sector agropecuario, es un banco de segundo piso, es decir, que no financia directamente sino que lo hace a través de los intermediarios financieros vigilados por la Superintendencia Bancaria, el cual busca promover el crecimiento del sector rural Colombiano por medio de una entidad autónoma.

² OIM: Organización Internacional para las Migraciones; es una organización intergubernamental que se ocupa de la problemática de las migraciones, fue fundada en 1951 por un número de Estados soberanos (OIM, 2016).

9. PROCESO DE PRODUCCIÓN

Ilustración 5 Proceso de producción de la panela



Fuente: (Corpoica, 2006) Proceso de producción de la panela.

La ilustración 5, permite identificar los procesos a seguir durante la elaboración de panela pulverizada, cada uno de los pasos se describe a continuación;

Ilustración 6 Apronte



Fuente: (FAO, 2015) Apronte.

El apronte, como se muestra en la ilustración, es la actividad encargada de la recolección de la caña de azúcar luego del corte realizado en el lugar del cultivo, la caña debe pasar a la enramada con el fin de preservar sus propiedades nutricionales.

Ilustración 7 Extracción.



Fuente: (FAO, 2015) Extracción.

La ilustración 6, muestra como la caña de azúcar pasa por un trapiche, el cual, se encarga de extraer su jugo. El bagazo se le denomina a la cascara que queda luego de extraer el jugo de la caña, este es utilizado en las hornillas para producir el calor en los fondos donde se encuentra el jugo de la caña.

Ilustración 8 Pre-limpieza.



Fuente: FAO.org (2014). Pre-limpieza.

En este proceso el jugo de la caña aún se mantiene frío y lo que se busca es eliminar las impurezas flotantes como bagazo e insectos. El jugo de la caña pasa por varias secciones de limpieza dentro de la máquina de pre-limpieza.

Ilustración 9 Clarificación.



Fuente: La Alsacia Panela (2016). Clarificación.

En el proceso de clarificación (ilustración 8), se busca eliminar definitivamente las cachazas que se encuentren en suspensión, este proceso es permitido gracias al

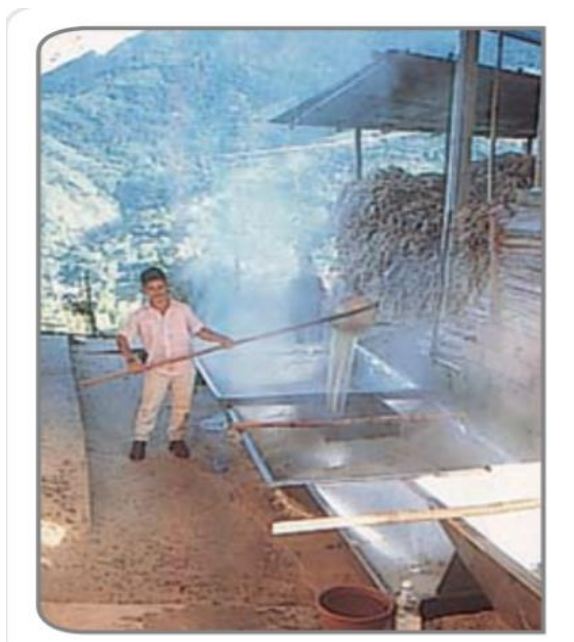
calor producido por la hornilla y la mezcla con otros compuestos naturales como el Guásimo, el cadillo y/o el balso, ya que esta combinación genera una sustancia viscosa más conocida como mucilago donde se van incorporando los sólidos que se quieren extraer del jugo de la caña (FAO, 2015)

Ilustración 10 Evaporación y concentración de jugos



Fuente: (FAO, 2015). Evaporación y concentración de jugos.

Ilustración 11 Concentración de jugos



Fuente: (FAO, 2015). Concentración de jugos.

En la ilustración 9, el jugo de la caña pasa por los recipientes llamados coloquialmente fondos, en el cual, se mantiene a altas temperaturas. Según estudios realizados por la FAO la temperatura alcanza los 96°C.

La concentración de jugos (ilustración 10) se realiza en los fondos ubicados en forma de fila, es con el fin de permitirle al obrero pasar la mezcla de un recipiente a otro con mayor facilidad y optimización de tiempo.

Ilustración 12 Punteo



Fuente: (Panela monitor , 2011). Punteo.

En la fase de punteo las mieles obtenidas anteriormente se deben palear simultáneamente con el fin de obtener el “punto” (sustancia cristalina y frágil), el punto permite identificar que ya se puede concluir con la elaboración de la panela.

Ilustración 13 Batido



Fuente: (Panela monitor , 2011). Batido.

En la etapa del batido se debe colocar la miel en la batea para que el obrero por acción del batido manual pueda lograr una textura un poco más espesa y fría, en este paso ya se podrá dar lugar al moldeo, el cual permite la elaboración de la panela en bloque.

Sin embargo para producir panela pulverizada se deben involucrar otros procesos finales como por ejemplo en el batido, la panela debe hacerse con mayor precisión para permitir que se granule la mezcla, es decir, el obrero debe palear la panela con una pala de madera el cual permite que se forme el polvo.

Por medio del tamizado la panela ya en polvo es separada de los gránulos más grandes que luego serán partidos para obtener la misma textura polvorosa.

Secado, Luego de la fase del tamizado, se debe proceder al secado, este proceso se puede realizar según interés de la finca, es decir, ya sea por exposición al sol y/o por proceso mecánico, teniendo en cuenta que la temperatura debe ser controlada ya que se puede volver a compactar la panela.

9.1 EMPAQUE

En esta etapa se tendrán en cuenta los requerimientos del país de destino, en este caso corea del sur. El empaque o envoltura deberá contener datos básicos como:

Nombre completo del producto.

Ingredientes

Número de Lote y/o fecha de producción.

Condiciones de conservación del producto.

Declaración del contenido Neto.

10. ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

En este contexto se analizaran los modelos y/o estrategias de internacionalización para la panela pulverizada hacia el mercado coreano, desde diferentes perspectivas; como por ejemplo la internacionalización por procesos graduales y acelerados:

El modelo Uppsala, es un proceso de internacionalización gradual (Leyva, Parra, & Trujillo, 2011), donde la capacidad de exportación aumenta y evoluciona según el conocimiento que vaya adquiriendo la empresa en el nuevo mercado, este proceso se desarrolla teniendo en cuenta dos variables; la asignación del país al cual se quiere llegar con el producto y la capacidad de la empresa para ingresar y adaptarse al nuevo mercado.

La internacionalización según el modelo Uppsala contempla cinco pasos básicos:

Desarrollo de la empresa en el mercado nacional: Los productores de panela villetana, llevan cerca de dos siglos produciendo caña de azúcar para la comercialización de panela a nivel nacional.

Actividades esporádicas o no regulares de exportación: las exportaciones del sector panelero del municipio de Villeta son aún muy reducidas, sin embargo, se cuenta con el potencial necesario para incrementar el índice de exportaciones de este producto en sus diferentes presentaciones a nivel internacional.

Exportaciones a través de representantes independientes: Teniendo en cuenta que el sector panelero de Villeta aún se encuentra en una fase inicial de internacionalización y por ende de limitados recursos financieros, la empresa debe acudir a los servicios de un agente comercial de exportación, el cual busca promover y concluir relaciones comerciales de un producto con un cliente interesado en el exterior y el productor nacional en el país de origen, en efecto, es el puente comercial entre productores y distribuidores en el entorno internacional. Este intermediario independiente debe estar en la capacidad de conocer al cliente local para vender al mayor porcentaje el producto.

Hay algunas agencias comerciales establecidas en Corea del sur, el cual promueven las importaciones de productos agrícolas como: Aaron Trade Company Ltd. De igual manera la oficina comercial de Procolombia en Corea del sur cumple una gran función en el apoyo de las exportaciones desde Colombia.

Establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero: Teniendo en cuenta que se busca un crecimiento gradual de la exportación del producto, en esta etapa ya es indispensable que el mercado conozca más a fondo la empresa y/o el producto por sus beneficios y capacidad de adaptación. Por lo tanto, se debe tomar la decisión de establecer el negocio con presencia comercial, ya sea por medio de una franquicia u/o licencia, el cual le permita a la empresa medir riesgos y controlar la comercialización del producto.

Establecimiento de unidades productivas en el extranjero: en esta etapa se requiere de un mayor compromiso y conocimiento por parte de la empresa ya que se deben tener en cuenta las variables de costo de producción que se puedan generar en este país. (Leyva, Parra, & Trujillo, 2011).

Por otro lado encontramos los procesos acelerados, que han tenido gran auge en los últimos años debido a los procesos de globalización e interconexión mundial.

Un modelo acelerado es las Internacional New Ventures (INV), donde el fundador ya posee una mayor red de contactos, conocimientos previos e inclusive alianzas, en este proceso las empresas inician una internacionalización inmediata, por medio del desarrollo de ventajas competitivas orientadas a segmentos de mercados. Además del compromiso de los fundadores, estas empresas regularmente poseen un alto nivel tecnológico. Según Holmlund & Kock (1998) estas empresas tienen un mayor apoyo de otros agentes públicos y privados además de inyecciones de capital extranjero, lo que las hace más poderosas y competitivas frente a otras empresas que tienen crecimientos graduales.

Según (Poblete & Amorós, 2013) las INV son aquellas empresas que a partir de su tercer año de fundación ya exportan alrededor del 25% sobre el total de sus ventas.

10.1 PROCESO LOGÍSTICO EN LA EXPORTACIÓN

En primera instancia, es importante determinar a qué nomenclatura aduanera pertenece la panela pulverizada con el fin de analizar formas, riesgos y aranceles aplicables al producto durante el proceso de exportación:

Ilustración 14 perfil de la mercancía.

Perfil de la mercancía				
DATOS GENERALES				
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde
ARIAN	1701.14.00.00			01-ene-2012
Descripción	Azúcares y artículos de confitería Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido. - Azúcar en bruto sin adición de aromatizante ni colorante: - - Los demás azúcares de caña			01-ene-2012
Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2012

Fuente: (DIAN. 2007) perfil de la mercancía.

Luego de tener presente la posición y la nomenclatura a la cual pertenece la panela pulverizada, se debe tener en cuenta cuál o cuáles son las condiciones de salida y acceso de este tipo de productos al mercado coreano.

-La DIAN solicita dentro de sus requisitos contar con la siguiente documentación, para el debido proceso de exportación:

Ilustración 15 Documentos requeridos para la exportación DIAN

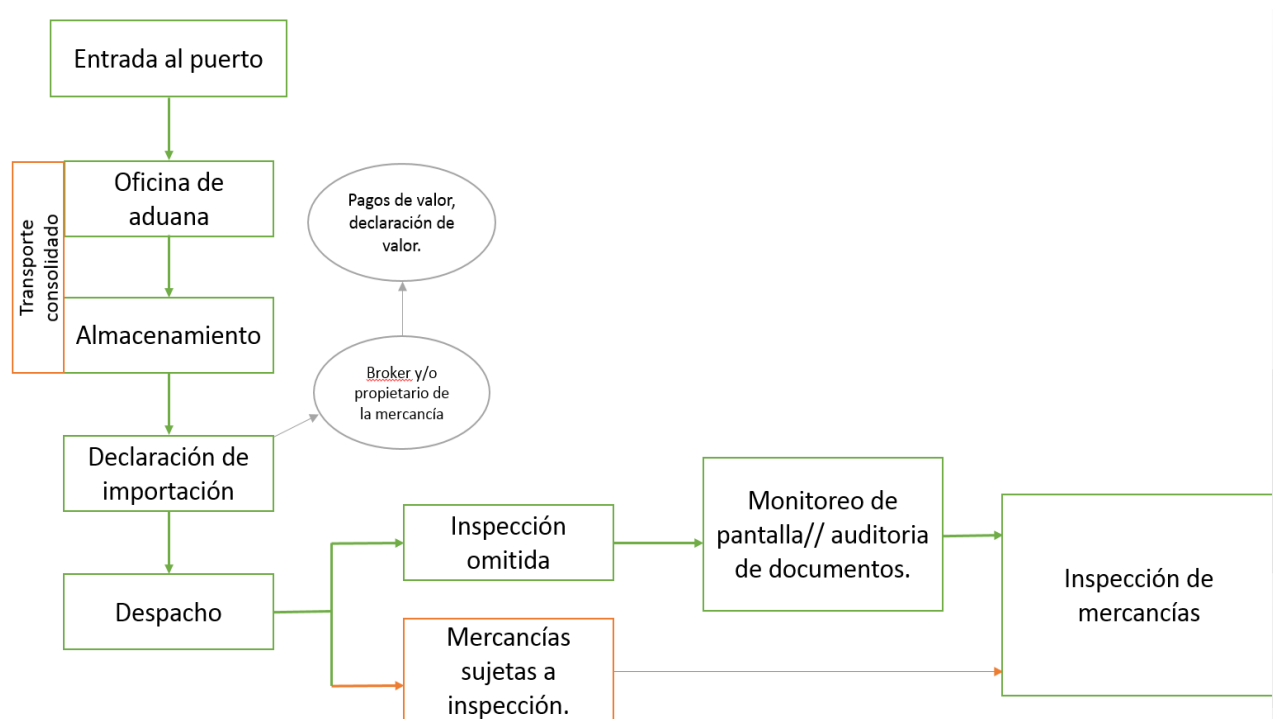
Documentos soporte para exportaciones – 1701120000						
Documento - Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	Desde	Hasta	Países
Cert inspec sanitaria exportac alimentos y materias primas - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	EMBARQUE/DESEMB	OPCIONAL	NO	27-ago-2008	...	
Certificado de venta libre - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	PREVIO	OPCIONAL	SI	05-ago-2008	...	
Certificado fitosanitario - Instituto Colombiano Agropecuario	EMBARQUE/DESEMB	OPCIONAL	NO	25-ago-2008	...	

Fuente: (DIAN, 2018). Documentos requeridos para la exportación DIAN.

También es importante tener en cuenta los documentos solicitados por la República de Corea del sur para el ingreso de productos alimenticios. (procolombia, 2016):

Declaración de Importación – Import Declaration (ver anexos p.??).

Ilustración 16 Diagrama de flujo del procedimiento aduanero de importación K.S



Fuente: Elaboración propia, datos tomados de Korea Customs Service.
Diagrama de flujo del procedimiento aduanero de importación

Otro paso importante, es tener presente el medio de transporte por el que viajaría el producto;

Según estudios realizados por Procolombia, en la ruta vía marítima, el producto tendría que embarcarse desde el puerto de Buenaventura hasta el puerto de Pusan en Corea del sur, el tránsito por barco es de aproximadamente 23 días,

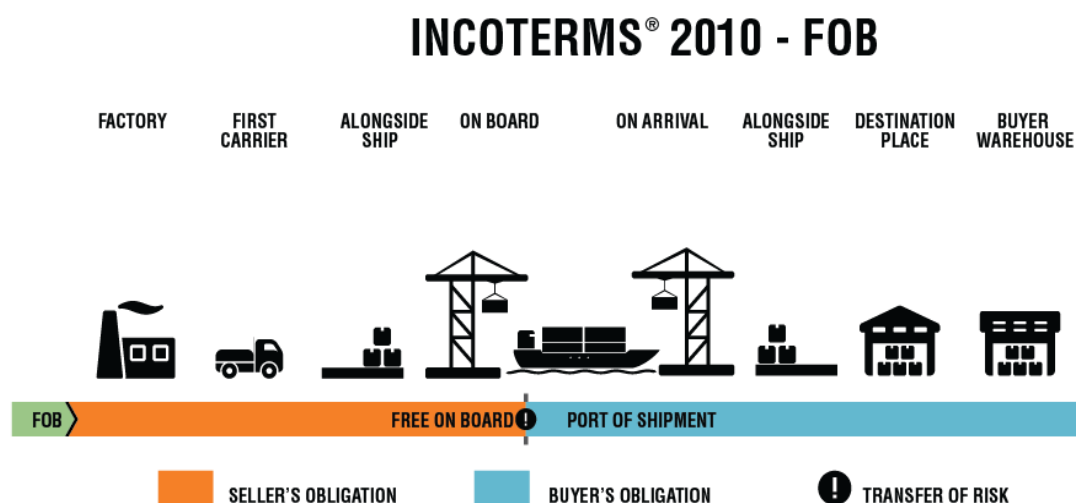
Ilustración 17 Ruta marítima de Buenaventura a Pusan K.S



Fuente: Procolombia (2016). Ruta marítima de Buenaventura a Pusan K.S

Las exportaciones de productos agroindustriales a corea del sur se han desarrollado en termino FOB (Free On Board- Libre a bordo).

Ilustración 18 Incoterms Termino de negociación FOB



Fuente: (INCOTERMS, 2018). Termino de negociación FOB

Teniendo en cuenta la ilustración 18, el exportador está en la condición de dejar la carga a bordo del buque y/o barco, por lo tanto el mismo, debe contratar un transportador nacional, quien se encargue de movilizar la carga desde el municipio de Villeta hasta Buenaventura, para que el importador o el consignatario tome posesión de la mercancía.

Vía aérea, la ruta establecida es; embarcar el producto desde el Aeropuerto Internacional El Dorado (BOG) hasta el Aeropuerto internacional de Incheon (ICN) en Seúl, capital de corea de sur, contando con un tránsito aproximado de 20 Horas

Ilustración 19 Termino de negociación EXW



Fuente: (INCOTERMS, 2018) Termino de negociación EXW

En el término de negociación EXW, el importador es quien tiene toda la responsabilidad del embarque, lo debe recoger en las instalaciones del exportador.

A consideración de la presente investigación. Al tratarse de un producto perecedero y de consumo humano, la opción que más conviene, es embarcar la carga vía aérea y en un término de negociación EXW (Ex –Works).

11.CONCLUSIONES

La panela pulverizada al ser un producto natural-orgánico, cumple con las características necesarias para ser un sustituto del azúcar refinado, ya que el mercado coreano está interesado en adaptar una cultura alimentaria sana y nutritiva.

Además, el territorio cultivable en corea del sur para recursos naturales es de tan solo el 18.6%, lo cual, este país debe importar la mayoría de sus alimentos; en este orden de ideas, el sector panelero del municipio de Villeta busca ser un proveedor de este tipo de productos.

La estrategia de internacionalización que se adapta a las necesidades del sector panelero de Villeta, resaltando que se encuentra en su fase inicial de exportación, es el modelo Uppsala, permitiéndole a la empresa tener un crecimiento gradual en el mercado objetivo, midiendo riesgos y controlando variables de oferta y demanda.

Se estima que el aumento de las exportaciones de la panela pulverizada proveniente del municipio de Villeta Cundinamarca sea de gran beneficio económico para la región del Gualivá y que así mismo se motiven las exportaciones en otras regiones. Buscando, que el producto sea de gran acogida para el mercado coreano.

12. BIBLIOGRAFÍA

Agesp. (30 de diciembre de 2017). Obtenido de http://www.voyagesphotosmanu.com/economia_corea_sur.html

andarraga, R., & Ximenez, S. (2010). *un*. Obtenido de <http://www.usal.edu.ar/archivos/academiadecapitales/otros/adarragara.pdf>

Andrea, T., Fernando, R., Alexander, G., & Gisele, B. (Agosto de 2016). Recuperado el 2018, de Repositorio UROSario : <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf>

CAD.com. (2016). *CentralAmericaData.com*. Obtenido de https://www.centralamericadata.com/es/article/home/AC_Crece_consumo_de_caf_en_Corea_del_Sur

CANCILLERIA . (2017). *EMBAJADA DE COLOMBIA EN COREA* . Obtenido de http://corea.embajada.gov.co/colombia/asuntos_economicos

CIDECOLOMBIA . (s.f.). Obtenido de <http://www.cidecolombia.com/panela-y-derivados/panela/fichas-t%C3%A9cnicas-panela>

Clayton, K. (2015). *purdue university*. Obtenido de <https://www.extension.purdue.edu/extmedia/FS/FS-14-S-W.pdf>

DANE. (2014). *DANE*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/CensoAgropecuario/entrega-definitiva/Boletin-10-produccion/10-Boletin.pdf>

DANE. (2017). Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Ilttrim17_oferta_de_manda.pdf

DANE. (14 de FEBRERO de 2018). *DANE* . Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mmm/cp_emm_dic17.pdf

DATOSMACRO.COM. (s.f.). Obtenido de <https://www.datosmacro.com/paises/corea-del-sur>

DIAN. (2018).

Dinero . (2014). *El negocio de la panela crece y se derrite a la vez* . Obtenido de <http://www.dinero.com/empresas/articulo/balance-del-sector-panelero-colombia-2014/202561>

Dinero. (2015). *Comercio*. Obtenido de <http://www.dinero.com/empresas/articulo/comercio-exterior-colombia/197077>

economista. (2013). *economista* . Obtenido de <https://economianivelusuario.com/2013/04/10/que-es-un-insumo/>

El País.com.co. (23 de marzo de 2013). Obtenido de <http://www.elpais.com.co/economia/colombia-esta-haciendo-negocios-con-41-paises-de-asia-y-orient-medio.html>

FAO. (2015). *Buenas Practicas Agricolas en la producción de caña y panela*. Obtenido de <http://www.fao.org/tempref/docrep/fao/010/a1525s/a1525s05.pdf>

Flores, J., Gomez, M., & victor., S. (2014). *AGROINDUSTRIA*. Obtenido de <https://chapingo.mx/revistas/revistas/articulos/doc/rga-1774.pdf>

Gómez, A. (31 de Julio de 2015). *El campesino.co*. Obtenido de la panela colombiana en cifras: <http://www.elcampesino.co/la-panela-colombiana-en-cifras/>

Greenfield, M. (2018). *statista*. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/249679/total-production-of-sugar-worldwide/>

Ibañez, J. (25 de febrero de 2017). *sinnaps* . Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>

INCOTERMS. (2018). Obtenido de <https://www.tibagroup.com/mx/incoterms>

infolaso.com. (2015). *infolaso.com*. Obtenido de <https://www.infolaso.com/geografia/114-geografia-de-espana/612-corea-sur.html>

LACOUTURE, C. (04 de 06 de 2015). OPORTUNIDADES DE COLOMBIA EN COREA DEL SUR. *DINERO*, págs. <http://www.dinero.com/empresas/articulo/comercio-exterior-colombia/197077>.

legiscomex. (2017). Obtenido de <https://ezproxy.uniempresarial.edu.co:2062/ReporteDetallado/IndexEstadisticas/>

Leyva, S., Parra, A., & Trujillo, N. (2011). *KonradLorenz*. Obtenido de http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2011-v1-n2/06-gutemberto.pdf

MACHADO. (2012). *CONCEPTOS BASICOS AGROINDUSTRIA*. Obtenido de <https://mmlondono27.files.wordpress.com/2010/02/conceptos-basicos-sobre-agroindustria-cadenas1.docx>

MADR. (10 de JUNIO de 2016). *MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL*. Obtenido de <http://www.panelamonitor.org/media/docrepo/document/files/el-sector-panelero-colombiano.pdf>

Maria, C., Andrea, L., & Claudia, R. (Marzo de 2014). *Universidad central*. Recuperado el Abril de 2018, de https://www.ucentral.edu.co/images/documentos/editorial/2015_competitividad_empresarial_001.pdf

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (10 de junio de 2016). *El sector panelero Colombiano*. Obtenido de <http://www.panelamonitor.org/media/docrepo/document/files/el-sector-panelero-colombiano.pdf>

MSM. (s.f.). *MSM MALAYSIA HOLDINGS BERHARD*. Obtenido de <http://www.msmsugar.com/business/world-sugar-production>

Nadal, A. (Marzo de 2010). *universidad nacional autonoma de MEXICO*. Obtenido de http://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos_final/450trabajo.pdf

Núñez, F. (2010). *mercado en el modelo basico de oferta y demanda*. Obtenido de http://www.esi2.us.es/~fnunez/Texto/2_MercadoDeUnBien_Diapositivas.pdf

OECD. (s.f.). Obtenido de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/kor/>

Panela monitor . (2011). Obtenido de <http://www.panelamonitor.org/media/docrepo/document/files/produccion-de-cana-de-azucar-transformacion-y-exportacion-como-panela-granulada-biologica-para-el-mercado-solidario.pdf>

Pérez, C. (2017). *natursan* . Obtenido de <https://www.natursan.net/panela-beneficios-y-propiedades/>

Poblete, C., & Amorós, J. (2013). *Journal of Technology Management & Innovation* . Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/jotmi/v8n1/art10.pdf>

procolombia. (21 de JULIO de 2016). *cartilla TLC COLOMBIA COREA DEL SUR* . Obtenido de http://www.procolombia.co/sites/default/files/corea_final_baja.pdf

PROMEXICO. (s.f.). *PROMEXICO*. Obtenido de <http://www.promexico.mx/es/mx/definicion-de-internacionalizacion>

Ruiz, M. (2012). *eumed.net*. Obtenido de Enciclopedia virtual: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html

SAMPIERI, R. (2010). *METODOLOGIA DE LA INESTIGACION* . Obtenido de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Stanton, E. y. (s.f.). Fundamentos de Marketing. En E. y. Stanton. 2003.

TRADEMAP. (2017). Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||17|||2|1|1|1|2|1|2|1|

1

TRUJILLO, J. (16 de FEBRERO de 2010). *directo al paladar* . Obtenido de <https://www.directoalpaladar.com/cultura-gastronomica/que-es-la-panela>

13. ANEXOS

Anexo 1: Declaración de Importación Corea del Sur

Import Declaration

(Customs Importation Certificate)

①Declaration No.		②Date of Declaration		③Customhouse/Section		④Date of Arrival	
④B/L(AWB) No.			⑤Cargo Control No.			⑦ Date of Warehousing	
⑨Declarant			⑩Type of Entry			⑪Origin Certificate	
⑩Importer			⑪Type of Entry-filing			⑫Total Weight	
⑪Taxpayer (Address) (Company Name) (Name)			⑫Price Statement			⑬Total Package No.	
⑫Trade agent			⑬Type of Transaction			⑭Port of Arrival	
⑬Supplier			⑭Purpose of Import			⑮Transport Mode	
			⑮Country of Loading			⑯Vessel/Aircraft Name	
			⑯MASTER B/L No.			⑰Vessel/Aircraft Code	
⑱Examination(Warehousing) Site							
● Description and Specification of Goods (Line No/Total Line No.: 999/999)							
⑲General Description of Goods						⑳Trademarks	
⑲Description of Goods as in Transaction Documentations							
⑲Model and Specification		⑲Composition		⑲Quantity		⑲Unit Price	
						⑲Value (XXX)	
⑲ HS Code		9999.99-9999		⑲Net Weight		⑲C/S Inspection	
⑲ Value (CIF)				⑲Quantity		⑲Exam. Decision	
				⑲Qty. for Drawback		⑲Origin Marks	
						⑲Tax amount specially calculated	
⑲Check for Import Requirements (Name of Certificate)							
⑲Type of Tax		⑲Tariff (Type)		⑲Abatement Rate		⑲Tax Amount	
						⑲Abatement/Instalment Tax Payment Code	
						Tax Abatement	
						*Internal Tax code	
⑲Total Negotiated Payment for Goods (Delivery Condition-Currency-Value-Type of Payment)				⑲Exchange rate			
⑲Total Customs Value		⑲Freight		⑲Addition		⑲Payment code	
		⑲Insurance		⑲Deduction		⑲VAT Value	
⑲Type of Tax		⑲Tax Amount		*Remarks by Customs Brokers		⑲Remarks by Customhouse	
Customs							
Special Consumption Tax							
Transportation tax							
Liquor tax							
Education tax							
Agricultural Special Tax							
VAT							
Penalty Tax for Import Entry Delay							
⑲Total Tax Amount Due		⑲Customs Officer		⑲Date of Entry-filing		⑲Date of Customs Acceptance	

* Authenticity of this Customs certificate can be verified by visit to <http://kcis.ktnet.co.kr>.

* In case of any divergence of importation data between the Certificate and the actual transaction data, a declarant or importer/owner will be held accountable.

Fuente: Korea Customs Service

FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TITULO COMPLETO		
Estrategia de internacionalización de la panela pulverizada proveniente del municipio de Villeta Cundinamarca hacia el mercado coreano		
AUTORES		
Apellidos completos	Nombres completos	
Enciso Bermúdez	Ingrith Yissela	
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO		
Apellidos completos	Nombres completos	
Neira Bermúdez	Diego Gustavo	
PROGRAMA ACADÉMICO		
Nombre del programa	Tipo de programa (marque con una x)	
Negocios Internacionales 9 Grupo 2	Pregrado	x
	Especialización	
	Maestría	
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS
Bogota	2018	34
PALABRAS CLAVES		
Español	Inglés	
Estrategias de Internacionalización	internationalization strategies	
Competitividad	competitiveness	
Modelo Uppsala	Modelo Uppsala	
Comercio internacional	International Trade	
Desarrollo económico	economic development	
Producción	Production	
RESUMEN (Máximo 250 palabras)		
<p>El presente trabajo busca analizar la estrategia de internacionalización para la panela pulverizada proveniente del municipio de Villeta- Cund hacia el mercado coreano; teniendo en cuenta aspectos como la oportunidad de negocio, las características de consumo y la capacidad de exportación del campesino villetano.</p> <p>Dentro de las prioridades de la cultura coreana esta reducir la ingesta de azúcar refinado. Por lo cual, se propone la panela como un producto totalmente orgánico capaz de sustituir el azúcar, ya que posee nutrientes y vitaminas necesarias en el cuerpo humano.</p>		

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE
ESTUDIANTES.**

Los suscritos

Ingrith Yissela Enao Bermúdez con C.C. N° 1072467554

_____ con C.C. N° _____,

_____ con C.C. N° _____

actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado),
(presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título

Estrategias de internacionalización de la ponela pulverizado
proveniente del municipio de Villeta -Cund hacia el mercado
coreano

elaborada para efectos de profesional (optar por el título) (participar
en el seminario o evento), de Negocios internacionales
(Programa académico)

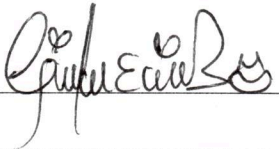
Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en
formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de
uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23
de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los
derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca,
comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o
autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico
o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet,
extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por
conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia
o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos
de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por
parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención,
asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en
defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bog., el año 2018 del mes
09 a los 21 días.

FIRMA

Firma  C.C. 1072467554
Firma _____ C.C. _____
Firma _____ C.C. _____